THE BRITISH COLUMBIA FARMED SALMON MARKET

prepared for

The Japan Trade Development Division
External Affairs and International Trade Canada

1990

JAPAN

External Affairs and International Trade Canada
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

Preface

Canadian exporters are discovering a new Japan. Firms which have focussed their efforts on specific target market segments have seen their results soar. Their success bears witness to important changes which have recently occurred in the Japanese market.

Since the mid 1980s, the substantial appreciation of the yen, Japan's concerted policy of domestic demand stimulation and a shift towards a more open import regime have significantly enhanced the competitiveness of Canadian goods in the Japanese market. Specific opportunities have emerged in areas previously closed to foreign suppliers.

This "Export Opportunities in Japan" series is published by External Affairs and International Trade Canada to assist Canadian exporters in seizing these exciting new opportunities. It pinpoints specific market segments where new Japanese import demand meets proven Canadian capability. It includes market segment profiles, details specific market technical characteristics, documents success stories and provides market bibliographies and key contact lists.

The series is designed not only as a reference and guide but also as the basis for future joint marketing action by Canadian firms, their trade associations and Canadian government departments. The series has been produced in consultation with the Japanese Export Trade Organization (JETRO) and has the support of the Japanese Ministry of International Trade and Industry (MITI).

The present survey describes current characteristics of the Japanese market for British Columbia farmed salmon and outlines foreseeable market developments.

Further information and guidance is available from:

Japan Trade Development Division (PNJ)
External Affairs and International Trade Canada
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0G2
Tel: (613) 995-1281
Telex: 053-3745
Fax: (613) 996-4309

The Canadian Embassy in Japan has made important contributions to this series of market studies. Additional assistance and information is available from the Embassy in Tokyo.

The Canadian Embassy
7-3-38 Akasaka, Minato-ku
Tokyo 107, Japan

Cable: CANADIAN TOKYO
Tel: (011-81-3) 408-2101/8
Telex: (Destination code 72) 22218
(DOMCAN J22218)
Fax: (G3 System) 03-479-5320

92-07000/

Table of Contents

		Page
List of Tables		5
1	Introduction	7
2	Market Background	7
3	B.C. Farmed Salmon Survey	10
4	Recommendations for Successful Exporting	12
5	Survey Conclusions	14
6	Possible Marketing Strategy	14
7	Major Japanese Importers	15
8	Canadian Contacts for Exporters to Japan	18

List of Tables

		Page
1.	Supply of Salmon in Japan	7
2.	Estimated Quantity of Farmed Salmon Imported by Japan	8
3.	Quantity of Salmon Imported by Japan in 1988	8
4.	Japanese Farmed Salmon Production by Prefecture	8
5.	Estimated Harvest (Miyagi)	8
6.	Size Distribution of Japanese Farmed Coho Salmon	9
7.	Imported Salmon by Volume and Value	9
8.	Fresh Farmed Salmon	10
9.	Frozen Farmed Salmon	11
10.	Farmed Salmon Estimated Market Size	11

1 Introduction

Japan is the world's largest market for fresh, frozen and salted salmon, with an annual consumption of more than 300 000 metric tons. This represents one of the most important markets for B.C. farmed salmon producers, whose industry's future growth is significantly export-driven.

In order to clearly identify potential export sales to Japan, the Canadian Embassy in Tokyo, in conjunction with the B.C. Salmon Farmers Association, conducted a survey of different Japanese importers of salmon. The survey, which was undertaken in March 1989, serves as the basis of this market study.

2 Market Background

Japanese Salmon Consumption

Salmon consumption in Japan has grown in proportion to increases in personal disposable income. As Japanese consumers have become relatively more wealthy, their preferences have shifted towards what is perceived as being a superior fish — the salmon.

Notwithstanding the exceptional 1988 market, when salmon consumption fell because of supply shortages and high prices, it is expected that salmon consumption will experience strong and sustained growth over the medium and long-term. This will come as a result of an abundant supply situation created, in part, by increased domestic and foreign farmed salmon production.

Table 1

Supply of Salmon in Japan (000 Metric Tons)

	1984	1985	1986	1987	1988
Beginning Inventory (January 1)	76.5	66.3	99.0	85.8	71.2
Domestic Catch — Total	171.3	219.4	184.9	200.2	185.9
Imports — Total	94.6	118.1	115.4	111.4	133.7
Total Supply Available	342.4	403.8	399.3	397.4	390.8
Ending Inventory (December 31)	66.3	99.0	85.8	67.1	84.6
Apparent Consumption	276.1	304.8	313.5	330.3	306.2

Imported Farmed Salmon

Japanese import statistics do not differentiate between farmed and wild salmon, but rather on the basis of the salmon being either fresh or frozen. Nevertheless, it is estimated that in 1988 Japan imported 6 513 metric tons of farmed salmon. This is more than twice the amount imported in 1987 and about six times the amount imported in 1986.

Table 2

Estimated Quantity of Farmed Salmon Imported by Japan (Metric Tons)

	1985	1986	1987	1988
Fresh and Chilled[1]	515	864	1 671	3 825
Frozen — Pacific[2]	4	34	75	1 669
— Atlantic	157	240	1 067	1 019
Total	676	1 138	2 813	6 513

[1] Wild salmon is included.
[2] Statistics for frozen Pacific salmon have been compiled using export statistics from Chile, New Zealand and Europe. Statistics from Canada and the U.S. do not differentiate between farmed and wild salmon.

The 1988 Japanese imports of salmon, by country, are listed in Table 3.

Table 3

Quantity of Salmon Imported by Japan in 1988 (Metric Tons)

Country	Fresh Pacific and Atlantic	Frozen Pacific	Frozen Atlantic
Australia	109	—	—
Britain	94	—	—
Canada	212	11 136	16
Chile	64	1 000	—
China	—	60	—
Denmark	27	35	48
Iceland	—	—	55
Ireland	44	—	—
New Zealand	244	617	—
Norway	2 113	—	843
South Korea	—	14	—
Sweden	—	17	—
U.S.	904	103 687	14
Total	3 825	116 612	1 019

According to these import statistics, which combine wild and farmed salmon, frozen Pacific salmon accounts for over 96 per cent of all imported salmon. Of this amount, Canada provides nearly 10 per cent, thus making Canada the largest supplier of foreign salmon.

Japanese Farmed Salmon Production

Farmed salmon production in Japan, which is limited to Coho salmon, is concentrated in Miyagi prefecture.

Table 4

Japanese Farmed Salmon Production by Prefecture

Prefecture	1985	1986	1987	1988	1989 Estimate
Iwate			350	1 250	1 600
Miyagi	6 300	7 000	10 500	14 200	18 000
Niigata		60	400	700	1 000
Tottori		20	120	150	200
Mie		45	150	200	300
Ishikawa			60	60	100
Fukui		5	30	30	50
Kagawa			18	20	30
Total	6 430	7 200	11 628	16 610	21 280

Source: Nikkan Hokkai Keizai.

Because of high water temperatures during the summer months, farmed Coho salmon is harvested before the end of August.

Table 5

Estimated Harvest (Miyagi)

Month	Quantity (Tons)	Per Cent of Total
May	1 800	10
June	6 300	35
July	8 100	45
August	1 800	10

The seasonality of the harvest limits the growth and size of Japanese farmed Coho salmon whose average size is between 2.3 to 2.5 kg. The approximate size distribution is outlined in Table 6.

Table 6

Size Distribution of Japanese Farmed Coho Salmon

Size	Per Cent
2 kg or less	10
2 to 2.5 kg	45
2.5 to 3 kg	35
3 kg up	10

Tariffs

The import tariff on fresh and frozen farmed salmon is 5 per cent. Since the import tariff on wild salmon is approximately the same, tariffs do not discriminate against imported farmed salmon.

Recent Market Supply and Price Trends

Based on Japanese fisheries statistics for 1988 and 1989, the salmon industry has experienced an oversupply situation in Japan, characterized by substantial price decreases. This is particularly true for farmed Coho salmon, whose Japanese production rose by over 27 per cent, from 16 500 metric tons in 1988 to 21 000 metric tons in 1989. Over the same period, Japanese producers saw their prices fall by 32 per cent, from over 900 Yen/kilo in 1988 to 601 Yen/kilo in 1989.

According to these Japanese fisheries statistics (which include farmed salmon) from January 1988 to August 1989, the quantity of all imported Pacific and Atlantic salmon increased by as much as 200 per cent, whereas the unit value of these imports fell by more than 12 per cent.

In the case of imported frozen Pacific salmon, the unit value of imports fell by almost 20 per cent. The quantity imported, however, increased by only 6 per cent, due in part to the enhanced price competitiveness of fresh Pacific salmon.

In spite of the adverse supply and price conditions, it is anticipated that Japanese farmed salmon production will continue to grow at current rates and that this production will be limited to Coho salmon.

Table 7

Imported Salmon by Volume and Value

Species	1988		1989	
	Volume (Metric Tons)	Value (Yen million)	Volume (Metric Tons)	Value (Yen million)
Fresh Pacific and Atlantic	2 740	3 954	5 605	7 055
Frozen Pacific	74 917	82 251	79 451	69 565
Frozen Atlantic	341	421	1 134	1 071

3 B.C. Farmed Salmon Survey

Thirty-eight Japanese salmon importers participated in a survey to determine the market potential for B.C. farmed salmon in Japan. Their answers, although not definitive, are generally representative of their industry's purchasing preferences and practices.

Buyers of Fresh Farmed Salmon

The restaurant trade (which comprises sashimi/sushi, high-class restaurants, and most hotels and family restaurants) is the largest and most important single buyer of imported fresh farmed salmon. Over 55 per cent of all imported Atlantic and King salmon and 40 per cent of all imported Coho salmon are sold to the restaurant trade.

The next most important buyer is the retail trade, which accounts for over 55 per cent of all purchases of imported Coho salmon (fresh and salted), and approximately 35 per cent of all purchases of imported Atlantic and King salmon.

Unlike imported Coho salmon, which dominates the Japanese restaurant trade, Japanese farmed Coho salmon enjoys a 70 per cent market share in the retail trade, compared with a 25 per cent market share in the restaurant trade.

Buyers of Frozen Farmed Salmon

The restaurant trade is the largest buyer of frozen Atlantic and King salmon, accounting for over 40 per cent of all purchases. Frozen Coho salmon represents only 20 per cent of all sales to the restaurant trade. Restaurant demand for frozen salmon is at least 25 per cent lower than for fresh salmon.

The next most important buyer of frozen Atlantic and King salmon is the retail trade, which accounts for between 30 per cent to 40 per cent of all purchases, followed by smokers, accounting for a further 20 per cent of all purchases.

Again, the retail market is the most important buyer of frozen Coho salmon, accounting for almost three-quarters of all imported and Japanese farmed Coho salmon. However, unlike the case of fresh farmed Coho salmon, the restaurant trade is split evenly between Japanese and foreign suppliers.

Table 8

Fresh Farmed Salmon (Per Cent)

	Imported			Japanese
	Atlantic	King	Coho	Coho
Sashimi/Sushi	18	11	11	6
High-Class Restaurants/Hotels	33	38	18	11
Family Restaurants	7	5	10	8
Retail Market: Fresh	23	33	36	46
Retail Market: Salted	8	2	20	25
Smokers	10	7	3	2
Others	0	1	1	1

Table 9

Frozen Farmed Salmon (Per Cent)

	Atlantic	Imported King	Coho	Japanese Coho
Sashimi/Sushi	7	11	2	3
High-Class Restaurants/Hotels	27	21	8	7
Family Restaurants	8	8	10	10
Retail Market: Fresh	19	22	27	31
Retail Market: Salted	12	17	45	41
Smokers	19	18	11	5
Others	8	2	0	1

Growth Estimates for Farmed Salmon Market

The companies interviewed were of the opinion that the market for frozen farmed Coho will experience the greatest growth, at slightly less than 10 per cent per annum, from its current level of 3 500 metric tons to 6 000 metric tons in 1995.

In 1988, frozen farmed Coho salmon had approximately 22 per cent of the total Japanese market for farmed salmon. According to the survey's estimates, this market share will increase by 5 to 27 per cent by 1995. It will constitute the second most important market after frozen Atlantic salmon, which is expected to enjoy a 37 per cent market share in 1995, up by 11 per cent from its 1988 market share of 26 per cent. This growth is an estimated average annual sales increase of 9 per cent for frozen farmed Atlantic salmon over the period 1989 to 1995.

It is estimated that by 1995 frozen Atlantic and Coho salmon will account for nearly two-thirds of all farmed salmon sales in Japan. Sales of frozen King salmon are expected to account for 10 per cent of all farmed salmon sales, meaning that by 1995 three-quarters of all farmed salmon sold in Japan will be frozen salmon.

Currently, fresh farmed salmon accounts for almost 40 per cent of all sales, with fresh farmed Atlantic salmon accounting for two-thirds of these sales. This trend will continue into 1995 but the relative importance of fresh farmed Atlantic salmon will decline as more and more market share is acquired by frozen farmed salmon.

Table 10

Farmed Salmon Estimated Market Size (Metric Tons)

	1988	1989	1995
Atlantic Salmon			
Fresh	1 900	2 500	3 300
Frozen	1 900	4 200	7 800
King			
Fresh	400	600	1 000
Frozen	1 000	1 100	2 000
Coho			
Fresh	400	500	1 000
Frozen	1 500	3 500	6 000
Total	7 100	12 400	21 100

Japanese Preferences

Size

Japanese importers indicated the following size preferences:

Atlantic salmon (fresh and frozen): 2 to 3 kg or 3 to 4 kg

Coho salmon (frozen): 2 to 3 kg or 3 to 4 kg

King salmon (fresh and frozen): no size preference

Colour

Japanese importers indicated overwhelmingly that they prefer the colour of King and Coho salmon over that of Atlantic salmon.

Farmed versus Wild

Almost all of the importers interviewed reported that they regarded farmed salmon as being inferior to wild salmon. The consumer's perception, in the opinion of the trade, is somewhat divided. It is believed that since the majority of Japanese consumers are not familiar with farmed salmon, they have not formulated a preference either way. On the other hand, informed consumers are expected to view farmed salmon as inferior when compared with wild salmon. This is because the size and quality of Japanese farmed Coho salmon has been inferior to that of wild salmon sold in Japan.

Almost all of the importers interviewed had a favourable opinion of the quality of B.C. wild salmon. They believed that their opinion is shared by those Japanese consumers who are familiar with B.C. salmon. It is interesting to note, however, that almost two-thirds of surveyed companies believe most Japanese consumers do not know B.C. wild salmon.

Prices

Over two-thirds of respondents to the industry questionnaire believed that farmed salmon prices should be lower than those of wild salmon. The lower prices should prevail for frozen or fresh salmon and for all species — Atlantic, King or Coho. They expect this lower price differential to continue in the foreseeable future.

Sources of Imported Farmed Salmon

Approximately two-thirds of the respondents currently import farmed salmon from more than one country. Besides Canada, major exporters are the Nordic countries (Denmark, Norway, Sweden and Finland), New Zealand, Australia and Chile. The country with the largest number of exporters is Norway, with 11, followed by Canada, with 8, and Denmark, with 6.

Almost all respondents expressed strong interest in importing both fresh and frozen farmed Coho and King salmon from British Columbia.

Purchasing Considerations

The most important purchasing considerations for the importers were price, quality and meat colour. Security of supply and country of origin were the least important considerations.

4 Recommendations for Successful Exporting

The interviewed companies were asked how B.C. farmed salmon producers might effectively export to Japan. Their comments fell into three categories:

- Overview of the Japanese Market;
- Supply Delivery and Price; and
- Colour, Size and Quality.

Overview of the Japanese Market

Salmon, which is a favourite fish of Japanese consumers, has become increasingly popular as farmed salmon has become more plentiful and more economical. However, importers are concerned that unless demand keeps pace with supply, the current oversupply situation threatens the future of the industry. Some form of international co-operation to regulate supply might be sought to stabilize farmed salmon prices.

Currently, in Japan, it is very much a buyer's market. There is strong competition among producers on the basis of price, quality, service, size and even fish presentation or dressing. The Japanese consumer is very discriminating and not only expects, but demands high standards.

Canadian exporters of farmed salmon will get strong competition from European producers who have increased their efforts to export their Atlantic farmed salmon to Japan. The major foreign competition for Canadian producers of farmed Coho and King salmon comes from Chilean and Norwegian producers.

Several different ways were suggested for Canadian producers to compete with foreign competition. Most importers stressed the need for a strong commitment to promotion and the use of advertising to better differentiate B.C. farmed salmon on the basis of quality, size and colour. From a commercial point of view, every importer stressed the importance of producers maintaining stable but competitive prices and providing regular delivery.

Supply, Delivery and Price

There is constant demand for salmon throughout the year even though certain species, such as fresh Coho salmon, are seasonal (i.e. August to October). This provides an opportunity for foreign suppliers during the rest of the year.

It is expected that the supply of Coho salmon will increase in the future as more is imported from Chile to Japan. If the price of Coho salmon falls as a result, additional downward pressure on the price of farmed Coho salmon in the Japanese market is expected. Also, since wild salmon is considered to be superior in quality to farmed salmon, lower prices for wild salmon mean even lower prices for farmed salmon.

Consequently, Japanese importers expect Canadian producers of farmed salmon to compete by lowering their prices in return for higher sales volume. Some importers suggested that the stability and size of the Canadian supply and its proximity to Japan give Canadian producers distinct advantages over their European competitors.

Of special interest were the comments regarding distribution within Japan. One company observed that if the target is retail sales, it is better to establish a distribution system for daily delivery.

Another company remarked that because there are so many distribution channels in Japan, it had to devise its own distribution system. First, information on quality and market price was obtained by selling imported salmon on a consignment basis at the Central Wholesale Market. Then, using this market knowledge, the salmon was sold to large-sized retailers such as supermarkets. Frozen farmed salmon was sold to smokers. The company's success lies in merchandising both fresh and frozen farmed salmon to specific niche markets.

Another company outlined delivery procedures for fresh salmon. Since shipments are by air, they should be regular (i.e. weekly). Considerations such as frequency and size of shipment, distance and travelling time from farm to airport, and packing requirements, are all crucial for ensuring freshness and stability of supply. Also, for sanitary control purposes, a certificate of inspection may be required because fresh salmon can be used as sashimi. The salmon is inspected for parasitic worms and bacteria.

Colour, Size and Quality

Most of the importers interviewed emphasized the importance of meeting Japanese expectations for quality, meat colour and size.

One company identified careful processing (the complete removal of the gill), preference for red meat colour (with remaining silver colour on the skin), and careful size selection as important considerations.

The optimal size for fresh and frozen salmon is two to three kilograms. There is little demand for salmon that is smaller than two kilograms. The Japanese consumer, who is familiar with Pacific salmon, prefers red meat. To achieve this colour, it was suggested that farmed salmon be fed shrimp.

Also, in terms of taste, it was suggested that producers should refrain from using feed that causes the peculiar smell associated with farmed salmon.

Quality control is essential. Provincial regulations govern the export quality of frozen wild salmon from B.C. Similar regulations need to be established for farmed salmon if it is to enjoy an equally high reputation in Japan.

Finally, the overall higher fat content of farmed salmon is of some concern for many Japanese consumers. It is believed that if farmed salmon were to swim more, the smaller concentration of abdomen fat would make the salmon less distinguishable from wild salmon in terms of appearance.

5 Survey Conclusions

The survey defined the parameters and characteristics of the current market for farmed salmon in Japan. It also solicited trade views on the prospects for the future of this sector.

Summary of Survey's Findings

Market growth	— Expected to increase rapidly.
Usage	— Atlantic and King oriented to sushi/sashimi, high-class hotels and restaurants, and smokers. — Coho oriented to fresh and salted retail market.
Size	— 2 to 3 kg and 3 to 4 kg sizes preferred for Coho and Atlantic. — Less clearly defined for King but larger sizes preferred (4 kg up).
Colour	— Colour of King and Coho much preferred over Atlantic.
Species preference	— Coho slightly favoured over King.
Farmed salmon image	— Considered inferior to wild. — B.C. wild salmon enjoys good image.
Prices	— Farmed salmon is priced lower than wild.
Purchase decision factors	— Price, quality and meat colour are most important factors.

There is a strong trade interest in farmed salmon from B.C.

6 Possible Marketing Strategy

In light of the above, together with comments made by the trade, the following might serve as a possible framework for a market development strategy for B.C. farmed salmon in Japan:

- Select King salmon to focus marketing efforts. The King salmon is the most prestigious species of salmon in Japan and also the major species farmed in B.C.
- Direct promotional activities to the high-class hotel and restaurant trade and possibly smoking sector. This ties in well with the usage pattern for King salmon. These efforts are also less expensive than attempting a promotional campaign directed at the consumer in the retail level where the usage of Coho salmon is concentrated.
- There are many excellent magazines/trade papers servicing the target group. For C$100 000 or less a strong campaign could be mounted for B.C. salmon.
- While the image of B.C. is very positive, the image of farmed salmon generally is quite negative. This would have to be taken into account in the campaign design.
- There appears to be an excellent opportunity, through appropriate promotion, to create a market niche for B.C. King salmon as the "Rolls Royce" of the salmon market.
- The most appropriate timing would likely be in the Fall, after the Japanese Coho salmon is finished and in time for the traditional entertaining/party season, October to January.

7 Major Japanese Importers

Ataka Produce Co., Ltd.
Y-Building
13-2, Shibaura 3-chome
Minato-ku, Tokyo
Attention: Marine Dept. No. 1
Tel: 03-798-0641
Fax: 03-798-0845

Canada Packers (Japan) Inc.
Landic Nihonbashi Building
16-13, Nihonbashi 2-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-281-2011
Fax: 03-281-8419

Co-Optrade Japan Ltd.
Seiko Sunshine Building
9-1, Higashi-Ikebukuro 1-chome
Toshima-ku, Tokyo
Attention: Marine Products 2nd Section
Tel: 03-590-1971
Fax: 03-980-9545

Chuo Gyorui Co., Ltd.
Tokyo Central Wholesale Market
2-1, Tsukiji 5-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Salted and Dried Fish Department
Tel: 03-541-3408
Fax: 03-545-9746

Daimaru Kogyo Ltd.
11-9, Kodenmacho, Nihonbashi
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Agricultural and
Marine Products Department
Tel: 03-639-2678
Telex: J 24396
Fax: 03-663-7283

Daito Gyorui Co., Ltd.
Tokyo Central Wholesale Market
2-1, Tsukiji 5-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Salmon and Roe Department
Tel: 03-5565-8140
Fax: 03-543-9758

Daiyoshi Takashima Fisheries Co., Ltd.
West 16, North 12, Chuo-ku
Sapporo, Hokkaido
Tel: 011-736-8851
Fax: 011-736-8856

Fish World Inc.
1-chome Kiba, Kushiro-cho
Kushiro-gun, Hokkaido
Attention: Seafood Product Department
Tel: 0154-37-2955
Fax: 0154-37-0325

Hokkai Seafoods Co., Ltd.
13-5, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Overseas Operation Department
Tel: 03-546-1261
Telex: 02522571 SEAFOD J
Fax: 03-546-1260

Hokko Shoji Co., Ltd.
1-2, Tsukiji 6-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-541-3745
Fax: 03-541-3905

Hoko Fishing Co., Ltd.
2-4, Tsukiji 1-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Trading Department II
Tel: 03-542-5644
Telex: 2522933
Fax: 03-545-2167

Ito-Yokado Co., Ltd.
1-4, Shibakoen 4-chome
Minato-ku, Tokyo
Attention: Food Merchandising Department
Tel: 03-459-3304
Telex: J23841
Fax: 03-438-0375

Kanekyo-Sanyu Reizo Co., Ltd.
Kachidoki Shuhan Building
10-10, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-543-5318
Telex: J 2523969 KANEKY J
Fax: 03-545-6071

Kanematsu-Gosho Ltd.
14-1, Kyoobashi 2-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Meat and Marine Products Department
Tel: 03-562-8534
Telex: J 22333
Fax: 03-562-7071

Koki Gyorui Co., Ltd.
Daiki Building
7-5, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-543-1091
Telex: 2522011 KOKIGY J
Fax: 03-543-1026

Kyoei Shokai Co., Ltd.
1-8, Tsukiji 6-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-541-0120
Fax: 03-541-0645

Marubeni Corporation
Tokyo Head Office
Ohtemachi Building, 4th Floor
6-1, Ohtemachi 1-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Attention: Marine Products Department
Tel: 03-282-4752
Telex: 2224441
Fax: 03-282-9654

Marubeni Reizo Co., Ltd.
MS Shibaura Building, 8th Floor
13-23, Shibaura 4-chome
Minato-ku, Tokyo
Attention: Sales Section 2
Tel: 03-769-0035
Telex: 242-4602
Fax: 03-769-0043 or 0044

Meiwa Trading Co., Ltd.
3-1, Marunouchi 3-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Attention: Agricultural and
Marine Products Department
Tel: 03-240-9388
Telex: J 22336
Fax: 03-240-9560

Minoru International, Ltd.
Tsukiji Bizen Maebashi Building
14-5, Tsukiji 3-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-545-0963
Fax: 03-543-0838

Mitsubishi Corporation
3-1, Marunouchi 2-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Attention: Marine Products Department
Tel: 03-210-6681
Fax: 03-213-3529

Nichimen Corporation
13-1, Kyobashi 1-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Marine Products Department
Tel: 03-566-2291
Telex: J 22329 NICHI
Fax: 03-566-2759

Nichiro Fisheries Co., Ltd.
Shin-Yurakucho Building
12-1, Yuraku-cho 1-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Attention: Fresh and Frozen Foods
Trading Department No. 1
Tel: 03-240-6455
Fax: 03-287-2326

Nippon Suisan Kaisha, Ltd.
Nippon Building
6-2, Ohtemachi 2-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Attention: Fishery Products Marketing Department III
Tel: +81.3.244.7158
Fax: +81.3.244.7428

Nosui Co., Ltd.
2-1, Tamagawa 3-chome
Fukushima-ku, Osaka
Attention: Marine Product No. 2 Sales Department
Tel: 06-443-8653
Telex: 252-4326
Fax: 06-443-5896

Nozaki & Co., Ltd.
16-19, Ginza 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Farm and Sea Products Department
Tel: +81.3.542.9221
Fax: 03-545-2006

Okura & Co., Ltd.
Ohkurabekkan Building
4-1, Ginza 3-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Foods and Provisions Department
Tel: 03-566-6580
Telex: J 22306
Fax: 03-562-2779

Osaka Uoichiba Co., Ltd.
1-86, Noda 1-chome
Fukushima-ku, Osaka
Attention: Commodity Development Center
Tel: 06-466-2271
Telex: 524-2811
Fax: 06-461-2283

Pan Asia Trading Co., Ltd.
Daisho Building
7-2, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-5565-3131
Fax: 03-5565-3124

Plateau Co., Ltd.
Hokkaido Gyoren Building
13-5, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-543-8808
Fax: 03-545-9846

Shin Nihon Global Inc.
SK Building
13-19, Shintomi 1-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-555-3600
Telex: J 27607
Fax: 03-555-3601

Sumitomo Corporation
(SC Marine Products Co., Ltd.)
Toyokawa Building
14-6, Ginza 5-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Marine Products Department
Tel: 03-543-4910
Telex: 222-2251 SUMIT J
Fax: 03-545-3458

Taiyo Fishery Co., Ltd.
1-2, Ohtemachi 1-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Attention: Overseas Trade Department
Tel: 03-216-0268
Fax: 03-216-0270

Takeichi & Co., Ltd.
Fujimoto Building
12-6, Nihonbashi Kayaba-cho 3-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Foreign Trade Department
Tel: 03-669-9161
Telex: J 23348 TAKESUN
Fax: 03-669-3540

Tokyo Hamasho Co., Ltd.
Ikeda Building
11-8, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-5565-1317
Fax: 03-5565-1320

Tohto Suisan Co., Ltd.
Tokyo Central Fish Market
2-1, Tsukiji 5-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: New Trade Section
Tel: 03-541-1803
Telex: 2522757 TOHSUI J
Cable: TOTOSUISAN KK TOKYO
Fax: 03-541-5647

Tokyo Commercial Co., Ltd.
Playguide Building
6-4, Ginza 2-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Business Department No. 2
Tel: 03-534-1301
Telex: 0252-2432
Fax: 03-531-6045

Toyota Tsusho Kaisha, Ltd.
3-18, Kudanminami 2-chome
Chuo-ku, Tokyo
Attention: Foodstuff Department
Tel: 03-230-8390
Telex: J 22827
Fax: 03-230-8055

Yamaha Motor Co., Ltd.
Shinkai 2500, Iwata City
Shizuoka Prefecture
Attention: Import Project Department
Tel: 05383-7-4411
Fax: 05383-2-2798

8 Canadian Contacts for Exporters to Japan

External Affairs And International Trade Canada

Japan Trade Development Division (PNJ)
Asia Pacific North Bureau
External Affairs and International Trade Canada
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1A 0G2
Tel: (613) 995-1281
Telex: 053-3745
Fax: (613) 996-4309

International Trade Centres

British Columbia
International Trade Centre
P.O. Box 11610
900 – 650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-1444
Telex: 0451191
Fax: (604) 666-8330

Alberta
International Trade Centre
Canada Place
Suite 540
9700 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta
T5J 4C3
Tel: (403) 495-2944
Telex: 0372762
Fax: (403) 495-4507

International Trade Centre
Suite 1100
510 – 5th Street Southwest
Calgary, Alberta
T2P 3S2
Tel: (403) 292-6660
Fax: (403) 292-4578

Saskatchewan
International Trade Centre
6th Floor
105 – 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-5925
Telex: 0742742
Fax: (306) 975-5334

Manitoba
International Trade Centre
9th Floor
330 Portage Avenue
P.O. Box 981
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-8036
Telex: 0757624
Fax: (204) 983-2187

Ontario
International Trade Centre
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5053
Telex: 06524378
Fax: (416) 973-8161

Quebec
International Trade Centre
Stock Exchange Tower
800 Victoria Square
Room 3800
P.O. Box 247
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185
Telex: 05560768
Fax: (514) 283-3302

New Brunswick
International Trade Centre
Assumption Place
770 Main Street
P.O. Box 1210
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 857-6452
Telex: 0142200
Fax: (506) 857-6429

Nova Scotia
International Trade Centre
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-7540
Telex: 01922525
Fax: (902) 426-2624

Prince Edward Island
International Trade Centre
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400
Telex: 01444129
Fax: (902) 566-7450

Newfoundland and Labrador
International Trade Centre
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-5511
Telex: 0164749
Fax: (709) 772-2373

Industry, Science and Technology Canada

Business Centre
Industry, Science and Technology Canada (ISTC)
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5
Tel: (613) 995-5771

Northwest Territories
Industry, Science and Technology Canada
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 2R3
Tel: (403) 920-8578
Fax: (403) 873-6228
AES: (403) 920-2618

Yukon
Industry, Science and Technology Canada
108 Lambert Street
Suite 301
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655
Telex: 0142200
Fax: (403) 668-5003

LE MARCHÉ DU SAUMON D'ÉLEVAGE DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE

préparé pour la

Direction de l'expansion du commerce avec le Japon
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

1990

JAPON

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
External Affairs and International Trade Canada

Préface

Les exportateurs canadiens découvrent le nouveau visage du Japon. Les compagnies qui ont travaillé à percer des marchés japonais particuliers enregistrent des résultats extrêmement positifs. Leur succès témoigne des changements importants qu'a subis récemment l'ensemble du marché japonais.

Depuis 1985, grâce à une appréciation marquée du yen et à une ouverture sans précédent du régime d'importation allant de pair avec une politique de stimulation du marché intérieur, la compétitivité des biens canadiens au Japon s'est de beaucoup accrue. Des débouchés existent maintenant dans des secteurs autrefois fermés aux fournisseurs étrangers.

Cette série d'études intitulée *Perspectives d'exportation au Japon* est publiée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada afin d'aider les exportateurs canadiens à saisir les nouvelles possibilités qu'offre le marché japonais. Ces études déterminent les marchés clés où la capacité de production canadienne existe et où la demande japonaise est croissante. Elles comportent, entre autres, des profils sectoriels incluant des détails précis sur les caractéristiques techniques des marchés, des exemples du succès qu'ont connu les compagnies canadiennes au Japon ainsi qu'une bibliographie de documents pertinents et une liste de contacts clés.

Ces études constituent non seulement des guides pour les exportateurs canadiens, mais aussi la base d'un effort tripartite de promotion et de mise en marché des produits canadiens de la part des associations industrielles, des compagnies canadiennes et du gouvernement canadien. Cette série d'études fut élaborée en consultation avec l'organisme japonais JETRO et avec l'appui du ministère japonais du Commerce extérieur et de l'Industrie.

La présente étude porte sur les caractéristiques du marché japonais du saumon d'élevage de la Colombie-Britannique et elle trace l'évolution prévisible de ce marché.

Pour plus d'informations, veuillez communiquer avec la :

Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ)
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 995-1281
Télex : 053-3745
Télécopieur : (613) 996-9288 ou (613) 996-4309

L'apport de l'ambassade du Canada au Japon à cette série d'études de marché a été important. Pour obtenir de l'aide ou de plus amples renseignements, prière de communiquer avec elle à l'adresse suivante :

Ambassade du Canada
7-3-38 Akasaka, Minato-ku
Tokyo 107 (Japon)

Adresse télégraphique : CANADIAN TOKYO
Téléphone : (011-81-3) 408-2101/8
Télex : (72) 22218 (DOMCAN J22218)
Télécopieur : (système G3) 03-479-5320

Table des matières

		Page
Liste des tableaux		5
1	Introduction	7
2	Le marché japonais	7
3	Enquête sur le saumon d'élevage de la Colombie-Britannique	9
4	Recommandations à l'intention des exportateurs	12
5	Conclusions de l'enquête	14
6	Stratégie de commercialisation proposée	15
7	Principaux importateurs japonais	15
8	Adresses utiles au Canada	18

Liste des tableaux

		Page
1.	Approvisionnement du Japon en saumon	7
2.	Estimé des importations de saumon d'élevage au Japon	7
3.	Saumon importé par le Japon en 1988	8
4.	Production japonaise de saumon d'élevage, par préfecture	8
5.	Récolte estimative (Miyagi)	8
6.	Répartition des poids du saumon d'élevage Coho au Japon	8
7.	Saumon importé	9
8.	Saumon d'élevage frais	10
9.	Saumon d'élevage congelé	10
10.	Estimations concernant le marché de saumon d'élevage	11

1 Introduction

Le Japon représente le plus grand marché du monde pour le saumon frais, congelé et salé; sa consommation annuelle dépasse les 300 000 tonnes métriques. Ainsi, le marché japonais est l'un des plus importants pour les producteurs de saumon d'élevage de la Colombie-Britannique, qui comptent essentiellement sur les exportations pour assurer la croissance de leur industrie.

Afin de déterminer clairement les débouchés offerts au Japon, l'Ambassade du Canada à Tokyo s'est jointe à l'Association des producteurs de saumon de la Colombie-Britannique pour mener une enquête sur plusieurs importateurs japonais de saumon. Entreprise en mars 1989, cette enquête sert de fondement à la présente étude de marché.

2 Le marché japonais

La consommation japonaise de saumon

La consommation japonaise de saumon a augmenté proportionnellement aux revenus personnels disponibles. Devenu relativement plus riche, le consommateur japonais tourne ses préférences vers le saumon, qu'il considère comme un poisson de qualité supérieure.

Malgré la situation exceptionnelle qui prévalait en 1988 — année où la consommation de saumon a chuté à cause de l'insuffisance des approvisionnements et des prix trop élevés — la demande devrait connaître, à moyen et à long terme, une croissance importante et régulière. Ce pronostic est fondé sur l'abondance des approvisionnements partiellement causée par l'augmentation de la production de saumon d'élevage au Japon comme ailleurs.

Saumon d'élevage importé

Les statistiques d'importation japonaises ne font pas de distinction entre le saumon d'élevage et le saumon sauvage; elles différencient plutôt le saumon frais et le saumon congelé. Cependant, on estime qu'en 1988, le Japon a importé 6 513 tonnes métriques de saumon d'élevage, soit deux fois le tonnage importé en 1987, et plus de six fois le tonnage importé en 1986.

Tableau 2

Estimé des importations de saumon d'élevage au Japon (en tonnes métriques)

	1985	1986	1987	1988
Saumon frais et refroidi[1]	515	864	1 671	3 825
Saumon congelé				
— Pacifique[2]	4	34	75	1 669
— Atlantique	157	240	1 067	1 019
Total	676	1 138	2 813	6 513

[1] Y compris le saumon sauvage.
[2] Les données sur le saumon congelé du Pacifique sont tirées des statistiques d'exportation du Chili, de la Nouvelle-Zélande et de l'Europe. Les statistiques du Canada et des États-Unis ne font pas de distinction entre le saumon d'élevage et le saumon sauvage.

Le tableau suivant indique les importations japonaises de saumon par pays fournisseur, en 1988.

Tableau 1

Approvisionnement du Japon en saumon (en milliers de tonnes métriques)

	1984	1985	1986	1987	1988
Début de l'inventaire (1er janvier)	76,5	66,3	99,0	85,8	71,2
Total des prises dans les eaux intérieures	171,3	219,4	184,9	200,2	185,9
Total des importations	94,6	118,1	115,4	111,4	133,7
	342,4	403,8	399,3	397,4	390,8
Fin de l'inventaire (31 décembre)	66,3	99,0	85,8	67,1	84,6
Consommation visible	276,1	304,8	313,5	330,3	306,2

Tableau 3

Saumon importé par le Japon en 1988 (en tonnes métriques)

Pays	Frais — Pacifique et Atlantique	Congelé — Pacifique	Congelé — Atlantique
Australie	109	—	—
Grande-Bretagne	94	—	—
Canada	212	11 136	16
Chili	64	1 000	—
Chine	—	60	—
Danemark	27	35	48
Islande	—	—	55
Irlande	44	—	—
Nouvelle-Zélande	244	617	—
Norvège	2 113	—	—
Corée du Sud	—	14	—
Suède	—	17	—
États-Unis	904	103 687	14
Total	3 825	116 612	1 019

D'après ces statistiques, qui groupent le saumon sauvage et le saumon d'élevage, le saumon congelé du Pacifique représente plus de 96 % du total des importations de saumon. Le Canada assure près de 10 % de ces approvisionnements, ce qui en fait le plus gros fournisseur étranger.

La production japonaise de saumon d'élevage

La production japonaise de saumon d'élevage se limite au saumon Coho, et se trouve concentrée dans la préfecture de Miyagi.

Tableau 4

Production japonaise de saumon d'élevage, par préfecture

Préfecture	1985	1986	1987	1988	1989 (est.)
Iwate			350	1 250	1 600
Miyagi	6 300	7 000	10 500	14 200	18 000
Niigata		60	400	700	1 000
Tottori		20	120	150	200
Mie		45	150	200	300
Ishikawa			60	60	100
Fukui		5	30	30	50
Kagawa			18	20	30
Total	6 430	7 200	11 628	16 610	21 280

Source : Nikkan Hokkai Keizai.

À cause des températures élevées des eaux japonaises pendant les mois d'été, le saumon d'élevage Coho doit être récolté avant la fin du mois d'août.

Tableau 5

Récolte estimative (Miyagi)

Mois	Quantité (tonnes métriques)	% du total
Mai	1 800	10
Juin	6 300	35
Juillet	8 100	45
Août	1 800	10

Le caractère saisonnier de la récolte limite la croissance et le poids du saumon d'élevage Coho au Japon (poids moyen : entre 2,3 et 2,5 kg). Pour cette espèce, les poids se répartissent à peu près de la façon suivante :

Tableau 6

Répartition des poids du saumon d'élevage Coho au Japon

Poids	%
2 kg ou moins	10
2 – 2,5 kg	45
2,5 – 3 kg	35
3 kg et plus	10

Tarifs douaniers

Le tarif douanier imposé au saumon d'élevage frais et congelé s'élève à 5 %. Or, comme le tarif prévu pour le saumon sauvage est à peu près semblable, le saumon d'élevage importé n'est pas défavorisé.

Tendances récentes des approvisionnements et des prix

D'après les statistiques japonaises des pêches pour 1988 et 1989, l'industrie du saumon est marquée dans ce pays par un surplus d'approvisionnements qui a entraîné de graves chutes de prix. On l'a surtout constaté pour le saumon d'élevage Coho, dont la production a augmenté de plus de 27 % au Japon, passant de 16 500 tonnes métriques en 1988 à 21 000 tonnes métriques en 1989. Au cours de la même période, les producteurs japonais ont vu leurs prix chuter de 32 %, soit de 900 à 600 yens le kilo.

Malgré la situation défavorable des approvisionnements et des prix, on prévoit que la production japonaise de saumon d'élevage continuera d'augmenter au rythme actuel et que cette production sera limitée au saumon Coho.

3 Enquête sur le saumon d'élevage de la Colombie-Britannique

Trente-huit importateurs japonais de saumon ont participé à une enquête visant à identifier les débouchés du marché japonais pour le saumon d'élevage de la Colombie-Britannique. Leurs réponses reflètent généralement les préférences et les pratiques d'achat de l'ensemble de l'industrie.

Tableau 7

Saumon importé, par quantité et valeur

Espèce	1988		1989	
	Quantité (tonnes métriques)	**Valeur** (millions de yens)	**Quantité** (tonnes métriques)	**Valeur** (millions de yens)
Frais — Pacifique et Atlantique	2 740	3 954	5 605	7 055
Congelé — Pacifique	74 917	82 251	79 451	69 565
Congelé — Atlantique	341	421	1 134	1 071

D'après ces statistiques japonaises, qui comprennent le saumon d'élevage, les importations totales de saumon du Pacifique et de l'Atlantique ont augmenté d'environ 200 % entre janvier 1988 et août 1989, tandis que la valeur unitaire de ces importations diminuait de plus de 12 %.

Pour sa part, la valeur unitaire des importations de saumon congelé du Pacifique a chuté de presque 20 %. Cependant, les importations n'ont augmenté que de 6 %, en partie à cause d'une concurrence plus vive livrée par le saumon frais de la même côte.

Les acheteurs de saumon d'élevage frais

L'hôtellerie et la restauration — sashimi/sushi, restaurants de luxe et la plupart des hôtels et restaurants ordinaires — représentent le plus vaste secteur d'importation de saumon d'élevage frais.

En effet, plus de 55 % des importations de saumon de l'Atlantique et de saumon quinnat et 40 % des importations de saumon Coho alimentent ce secteur.

Vient ensuite le secteur du commerce de détail, qui absorbe plus de 50 % des importations de saumon Coho frais et salé, et environ 35 % des importations de saumon de l'Atlantique et de saumon quinnat.

Le commerce de détail absorbe 70 % du marché du saumon Coho d'élevage japonais, alors que les restaurants n'en consomment que 25 %, ces derniers préférant le saumon Coho importé.

Les acheteurs de saumon d'élevage congelé

Le secteur de la restauration est le plus gros acheteur de saumon de l'Atlantique et de saumon quinnat congelés; il absorbe à lui seul plus de 40 % des achats. Le saumon Coho congelé ne représente que 20 % des ventes totales à ce secteur. La demande de saumon congelé est d'au moins 25 % inférieure à la demande de saumon frais.

Le commerce de détail est le deuxième principal acheteur de saumon de l'Atlantique et de saumon quinnat congelés; les ventes à ce secteur représentent entre 30 et 40 % des ventes totales. Viennent ensuite les fumeurs, qui achètent 20 % des stocks.

Tableau 8

Saumon d'élevage frais (%)

	Atlantique	Quinnat importé	Coho	Coho japonais
Sashimi/sushi	18	11	11	6
Restaurants et hôtels de luxe	33	38	18	11
Restaurants ordinaires	7	5	10	8
Marché de détail : saumon frais	23	33	36	46
Marché de détail : saumon salé	8	2	20	25
Fumeurs	10	7	3	2
Autres	0	1	1	1

Tableau 9

Saumon d'élevage congelé (%)

	Atlantique	Quinnat importé	Coho	Coho japonais
Sashimi/sushi	7	11	2	3
Restaurants et hôtels de luxe	27	21	8	7
Restaurants ordinaires	8	8	10	10
Marché de détail : saumon frais	19	22	27	31
Marché de détail : saumon salé	12	17	45	41
Fumeurs	19	18	11	5
Autres	8	2	0	1

Le marché de détail représente également le plus gros acheteur de saumon Coho congelé; il absorbe près des trois quarts des importations et des stocks de saumon Coho d'élevage japonais. Cependant, contrairement à ce qui a lieu pour le saumon Coho d'élevage frais, les fournisseurs japonais et étrangers se partagent à égalité le secteur de la restauration.

Croissance prévue du marché du saumon d'élevage

D'après les entreprises interrogées, le marché du saumon d'élevage congelé Coho connaîtra son plus grand essor dans les cinq prochaines années (soit un peu moins de 10 % par an). Actuellement chiffré à 3 500 tonnes métriques, ce marché devrait atteindre 6 000 tonnes métriques en 1995.

En 1988, le saumon d'élevage congelé Coho représentait environ 22 % du marché japonais du saumon d'élevage. D'après l'enquête, cette proportion devrait augmenter de 5 % pour atteindre 27 % en 1995. Ainsi, ce marché ne sera précédé que par celui du saumon congelé de l'Atlantique, dont la part devrait atteindre 37 % en 1995, soit 11 % de plus qu'en 1988. Cette croissance représente une augmentation moyenne de 9 % du chiffre de ventes annuel pour le saumon d'élevage de l'Atlantique entre 1989 et 1995.

Vers 1995, le saumon congelé — Coho et de l'Atlantique — devrait représenter près des deux tiers du saumon d'élevage vendu au Japon. Les ventes de saumon quinnat congelé devraient représenter 10 % des ventes totales de saumon d'élevage; autrement dit, cette même année, les trois-quarts des stocks de saumon d'élevage vendus au Japon seront constitués par du saumon congelé.

Actuellement, le saumon d'élevage frais représente près de 40 % des ventes totales, dont les deux tiers concernent le saumon d'élevage frais de l'Atlantique. La tendance se poursuivra jusqu'en 1995, mais le saumon d'élevage frais de l'Atlantique perdra du terrain par rapport au saumon d'élevage congelé.

Tableau 10

Estimations concernant le marché du saumon d'élevage (tonnes métriques)

	1988	1989	1995
Atlantique			
frais	1 900	2 500	3 300
congelé	1 900	4 200	7 800
Quinnat			
frais	400	600	1 000
congelé	1 000	1 100	2 000
Coho			
frais	400	500	1 000
congelé	1 500	3 500	6 000
Total	7 100	12 400	21 100

Préférences des importateurs japonais

Poids

Les importateurs japonais ont indiqué les préférences suivantes concernant les poids des saumons :

Saumon de l'Atlantique (frais et congelé) : 2 à 3 kilogrammes ou 3 à 4 kilogrammes.

Saumon Coho (congelé) : 2 à 3 kilogrammes ou 3 à 4 kilogrammes.

Saumon quinnat (frais et congelé) : aucune préférence quant au poids.

Couleur

La plupart des importateurs japonais ont indiqué qu'ils préféraient de beaucoup la couleur des saumons quinnat et Coho à celle du saumon de l'Atlantique.

Saumon d'élevage et saumon sauvage

Selon la plupart des importateurs interrogés, le saumon d'élevage est inférieur au saumon sauvage. Quant aux consommateurs, toujours selon les importateurs, les avis semblent partagés. La plupart des consommateurs japonais ne connaissant guère le saumon d'élevage, il semblerait qu'ils ne manifestent aucune préférence. D'autre part, on s'attend à ce que les consommateurs avertis considèrent le saumon d'élevage comme un produit inférieur au saumon sauvage. Cette perception est due au fait que le poids et la qualité du saumon Coho d'élevage japonais sont inférieurs à ceux du saumon sauvage vendu au Japon.

La plupart des importateurs interrogés apprécient la qualité du saumon sauvage de la Colombie-Britannique, comme l'apprécient selon eux, les consommateurs japonais qui connaissent cette variété. Il est toutefois utile de noter que selon les deux tiers des entreprises étudiées, la plupart des consommateurs japonais ne connaissent pas le saumon sauvage de la Colombie-Britannique.

Prix

Selon plus des deux tiers des répondants, les prix du saumon d'élevage devraient être inférieurs à ceux du saumon sauvage frais ou congelé, quelle que soit l'espèce : Atlantique, quinnat ou Coho. En outre, les entreprises s'attendent au maintien de cette différence pendant encore un certain temps.

Fournisseurs de saumon d'élevage importé

Près des deux tiers des entreprises importent actuellement du saumon d'élevage de deux ou plusieurs pays. Outre le Canada, les principaux exportateurs sont les pays scandinaves (Danemark, Norvège, Suède et Finlande), la Nouvelle-Zélande, l'Australie et le Chili. La Norvège vient en tête pour le plus grand nombre d'exportateurs (11), suivie du Canada (8), et du Danemark (6).

La plupart des entreprises ayant répondu au questionnaire se disent très désireuses d'importer du saumon d'élevage Coho et quinnat, frais et congelé, de la Colombie-Britannique.

Principaux critères des acheteurs japonais

Les facteurs essentiels aux yeux des importateurs japonais sont le prix, la qualité et la couleur de la chair. Quant à la sécurité des approvisionnements et au pays d'origine, ils les tiennent pour assez négligeables.

4 Recommandations à l'intention des exportateurs

On a demandé aux sociétés interrogées comment les producteurs de saumon d'élevage de la Colombie-Britannique devraient s'y prendre pour exporter rentablement leurs produits au Japon. Leurs commentaires peuvent être classés en trois grandes catégories :

- survol du marché japonais;
- approvisionnement, livraison et prix;
- couleur, poids et qualité.

Survol du marché japonais

Le saumon, qui est l'un des poissons préférés des consommateurs japonais, est de plus en plus populaire depuis que le saumon d'élevage est plus abondant et meilleur marché. Cependant, selon les importateurs, la demande et l'offre doivent être équilibrées, sans quoi la saturation actuelle du marché pourrait nuire à cette industrie. Il faudrait peut-être établir une coopération internationale afin de réglementer les approvisionnements et stabiliser les prix du saumon d'élevage.

Actuellement, le marché japonais est particulièrement favorable à l'acheteur. Les producteurs se livrent une concurrence serrée à l'égard du prix, de la qualité, des services, du poids et même de la présentation ou de la préparation. Étant très averti, le consommateur japonais exige des niveaux de qualité supérieurs.

Les exportateurs canadiens de saumon d'élevage peuvent s'attendre à une forte concurrence de la part des producteurs européens qui s'efforcent de plus en plus d'exporter au Japon leur saumon d'élevage de l'Atlantique. Les Chiliens et les Norvégiens sont les plus sérieux concurrents étrangers des producteurs canadiens de saumon d'élevage Coho et quinnat.

On a proposé plusieurs moyens, pour les producteurs canadiens, de lutter contre cette concurrence internationale. La plupart des importateurs recommandent aux producteurs de s'engager à fond dans la promotion, et d'utiliser la publicité pour faire valoir ce qui distingue le saumon d'élevage de la Colombie-Britannique quant à la qualité, au poids et à la couleur. Du point de vue commercial, tous les importateurs recommandent vivement aux producteurs d'observer des prix stables mais concurrentiels, et de veiller à la régularité des livraisons.

Approvisionnement, livraison et prix

La demande de saumon ne connaît pas de saison, même si certaines espèces, telles que le saumon Coho frais, sont saisonnières (août à octobre). Cette situation est donc favorable aux fournisseurs étrangers pendant le reste de l'année.

On prévoit une augmentation de la quantité de saumon Coho au Japon, causée par une hausse des importations en provenance du Chili. Or, si le prix du saumon Coho diminue, celui du saumon Coho d'élevage subira de nouvelles pressions vers le bas sur le marché japonais. Puisque le saumon sauvage est considéré comme étant de qualité supérieure au saumon d'élevage, une baisse du prix du saumon sauvage fera chuter d'autant plus le prix du saumon d'élevage.

Par conséquent, les importateurs japonais s'attendent à ce que les producteurs canadiens de saumon d'élevage luttent contre la concurrence étrangère en réduisant leurs prix en échange d'un volume de vente supérieur. Aux yeux de certains importateurs, la stabilité et l'ampleur de l'offre canadienne, ainsi que la proximité relative du Canada, donnent aux producteurs canadiens des avantages certains sur leurs concurrents européens.

D'un intérêt particulier sont les commentaires au sujet de la distribution de nos produits au Japon. Selon l'un des répondants, si l'on vise le marché de détail, on a plutôt intérêt à établir un système de distribution conçu pour la livraison quotidienne.

Une autre entreprise a mentionné que le très grand nombre d'organes de distribution au Japon l'avait obligée à mettre sur pied son propre réseau. Elle a donc commencé par recueillir des renseignements sur la qualité des produits et leurs prix en vendant, en consignation, du saumon importé au Marché de gros central. Ensuite, nourrie de cette expérience, elle a pu vendre ses produits à de gros détaillants, notamment aux supermarchés. Le saumon d'élevage congelé est vendu aux fumeurs. Pour réussir, l'entreprise compte sur la commercialisation du saumon frais et congelé dans certains créneaux.

Une autre entreprise a mentionné les formalités de livraison concernant le saumon frais. Selon elle, puisque le poisson est livré par avion, les arrivages devraient être réguliers (c'est-à-dire hebdomadaires). Plusieurs facteurs, notamment la fréquence et le poids du chargement, la distance et la durée du parcours entre l'exploitation et l'aéroport, ainsi que les exigences concernant l'emballage, sont essentiels pour assurer la fraîcheur et la régularité des approvisionnements. En outre, pour des raisons de contrôle sanitaire, un certificat d'inspection peut être exigé, car le saumon frais est parfois utilisé comme sashimi. On notera également que le saumon est inspecté pour le cas où il comporterait des vers et des bactéries parasites.

Couleur, poids et qualité

La plupart des importateurs interrogés ont souligné qu'il est essentiel de répondre aux attentes des Japonais en matière de qualité, de couleur et de poids.

Selon l'une des entreprises, les facteurs essentiels sont le soin apporté au traitement (enlèvement complet des branchies), la préférence marquée pour la chair rouge (la couleur argentée de la peau doit cependant être conservée), et la détermination rigoureuse du poids.

Le poids optimal du saumon frais et congelé varie entre deux et trois kilos. Les pièces inférieures à deux kilos ne sont guère prisées. Le consommateur japonais, qui connaît bien le saumon du Pacifique, préfère la chair rouge. Pour obtenir cette couleur, on recommande de nourrir le saumon d'élevage aux crevettes.

On a aussi conseillé aux producteurs de s'abstenir d'utiliser des aliments qui engendrent l'odeur particulière associée au saumon d'élevage.

Le contrôle de la qualité est un facteur essentiel. La qualité des exportations de saumon sauvage congelé de la Colombie-Britannique est régie par des règlements provinciaux. Il faudrait donc établir des règlements semblables pour le saumon d'élevage, si l'on veut qu'il soit aussi apprécié au Japon que le saumon sauvage.

Enfin, le saumon d'élevage étant généralement plus gras que le saumon sauvage, bon nombre de consommateurs japonais hésitent à l'adopter. On pense que si le saumon d'élevage nageait davantage, son abdomen serait moins chargé de graisse, et il ressemblerait ainsi davantage au saumon sauvage.

5 Conclusions de l'enquête

L'enquête a permis de formuler les paramètres et les caractéristiques du marché actuel du saumon d'élevage au Japon. En outre, elle a permis de recueillir les opinions des intervenants sur les perspectives offertes dans ce secteur.

Résumé des conclusions de l'enquête

Expansion du marché	— Croissance rapide prévue.
Utilisation	— Saumon de l'Atlantique et saumon quinnat pour les fabricants de sushi/sashimi, les hôtels et les restaurants de luxe, et les fumeurs. — Saumon Coho pour le marché de détail du saumon frais et salé.
Poids	— 2 à 3 kg et 3 à 4 kg de préférence pour le saumon Coho et le saumon de l'Atlantique. — Moins clairement déterminé pour le saumon quinnat, mais on préfère des poids supérieurs aux précédents (4 kg et plus).
Couleur	— La couleur du saumon quinnat et du saumon Coho est largement préférée à celle du saumon de l'Atlantique.
Espèce	— Saumon Coho légèrement préféré au saumon quinnat.
Réputation du saumon d'élevage	— Considéré comme inférieur au saumon sauvage. — Le saumon sauvage de la Colombie-Britannique jouit d'une excellente réputation.
Prix	— Le prix du saumon d'élevage est inférieur à celui du saumon sauvage.
Critères des acheteurs	— Prix, qualité, et couleur de la chair.

Vif intérêt des importateurs pour le saumon d'élevage de la Colombie-Britannique.

6 Stratégie de commercialisation proposée

À la lumière des considérations précédentes et des commentaires formulés par l'industrie, les propositions suivantes pourraient servir de lignes directrices à l'élaboration d'une stratégie d'expansion commerciale au Japon par les exportateurs de saumon d'élevage de la Colombie-Britannique.

- Concentrer les efforts de commercialisation sur le saumon quinnat. Cette espèce est la plus prisée au Japon et la plus exploitée par les pisciculteurs de la Colombie-Britannique.

- Lancer des campagnes publicitaires à l'intention des hôtels et des restaurants de luxe, et peut-être aussi des fumeurs. Cette proposition cadre parfaitement avec le concept d'utilisation appliqué au saumon quinnat. En outre, ce type d'opération est moins coûteux qu'un projet de campagne publicitaire destiné aux consommateurs sur le marché de détail, où domine le saumon Coho.

- Il existe d'excellents périodiques et revues professionnelles destinés aux groupes cibles. Pour 100 000 $ au plus, il est possible de monter une vaste campagne publicitaire en faveur du saumon de la Colombie-Britannique.

- Les Japonais pensent beaucoup de bien de la Colombie-Britannique, mais ils ont généralement une bien piètre idée du saumon d'élevage. Ce facteur ne doit pas être négligé dans la préparation d'une campagne publicitaire.

- D'excellentes perspectives sont offertes, par le biais d'une campagne de promotion efficace, à la création, pour le saumon quinnat de la Colombie-Britannique, d'un créneau de commercialisation qui serait le marché idéal pour ce produit.

- L'époque qui conviendrait le mieux à cette campagne se situerait probablement au cours de l'automne, lorsqu'on ne vend plus de saumon Coho japonais. En outre, on profiterait de la demande importante liée aux nombreuses fêtes et réceptions qui ont lieu d'octobre à janvier.

7 Principaux importateurs japonais

Ataka Produce Co., Ltd.
Y-Building
13-2, Shibaura 3-chome
Minato-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. des produits maritimes, N° 1
Téléphone : 03-798-0641
Télécopieur : 03-798-0845

Canada Packers (Japan) Inc.
Landic Nihonbashi Building
16-13, Nihonbashi 2-chome
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-281-2011
Télécopieur : 03-281-8419

Co-Optrade Japan Ltd.
Seiko Sunshine Building
9-1, Higashi-Ikebukuro 1-chome
Toshima-ku, Tokyo
Aux soins de : Produits maritimes, 2 section
Téléphone : 03-590-1971
Télécopieur : 03-980-9545

Chuo Gyorui Co., Ltd.
Marché de gros central de Tokyo
2-1, Tsukiji 5-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. du saumon salé et séché.
Téléphone : 03-541-3408
Télécopieur : 03-545-9746

Daimaru Kogyo Ltd.
11-9, Kodenmacho, Nihonbashi
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. des produits agricoles
et maritimes
Téléphone : 03-639-2678
Télex : J 24396
Télécopieur : 03-663-7283

Daito Gyorui Co., Ltd.
Marché de gros central de Tokyo
2-1, Tsukiji 5-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. du saumon et du frai.
Téléphone : 03-5565-8140
Télécopieur : 03-543-9758

Daiyoshi Takashima Fisheries Co., Ltd.
West 16, North 12, Chuo-ku
Sapporo, Hokkaido
Téléphone : 011-736-8851
Télécopieur : 011-736-8856

Fish World Inc.
1-chome Kiba, Kushiro-cho
Kushiro-gun, Hokkaido
Aux soins de : Département des produits maritimes
Téléphone : 0154-37-2955
Télécopieur : 0154-37-0325

Hokkai Seafoods Co., Ltd.
13-5, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Département des opérations d'outremer
Téléphone : 03-546-1261
Télex : 02522571 SEAFOD J
Télécopieur : 03-546-1260

Hokko Shoji Co., Ltd.
1-2, Tsukiji 6-chome
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-541-3745
Télécopieur : 03-541-3905

Hoko Fishing Co., Ltd.
2-4, Tsukiji 1-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Département de commerce II
Téléphone : 03-542-5644
Télex : 2522933
Télécopieur : 03-545-2167

Ito-Yokado Co., Ltd.
1-4, Shibakoen 4-chome
Minato-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. de commercialisation des aliments
Téléphone : 03-459-3304
Télex : J23841
Télécopieur : 03-438-0375

Kanekyo-Sanyu Reizo Co., Ltd.
Kachidoki Shuhan Building
10-10, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-543-5318
Télex : J 2523969 KANEKY J
Télécopieur : 03-545-6071

Kanematsu-Gosho Ltd.
14-1, Kyoobashi 2-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. des viandes et des produits maritimes
Téléphone : 03-562-8354
Télex : J 22333
Télécopieur : 03-562-7071

Koki Gyorui Co., Ltd.
Daiki Building
7-5, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-543-1091
Télex : 2522011 KOKIGY J
Télécopieur : 03-543-1026

Kyoei Shokai Co., Ltd.
1-8, Tsukiji 6-chome
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-541-0120
Télécopieur : 03-541-0645

Marubeni Corporation
Bureau chef de Tokyo
Ohtemachi Building, 4th Floor
6-1, Ohtemachi 1-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. des produits maritimes
Téléphone : 03-282-4752
Télex : 2224441
Télécopieur : 03-282-9654

Marubeni Reizo Co., Ltd.
MS Shibaura Building, 8th Floor
13-23, Shibaura 4-chome
Minato-ku, Tokyo
Aux soins de : Section des ventes 2
Téléphone : 03-769-0035
Télex : 242-4602
Télécopieur : 03-769-0043 ou 0044

Meiwa Trading Co., Ltd.
3-1, Marunouchi 3-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. des produits agricoles et maritimes
Téléphone : 03-240-9388
Télex : J 22336
Télécopieur : 03-240-9560

Minoru International, Ltd.
Tsukiji Bizen Maebashi Building
14-5, Tsukiji 3-chome, Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-545-0963
Télécopieur : 03-543-0838

Mitsubishi Corporation
3-1, Marunouchi 2-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Aux soins de : Département des produits maritimes
Téléphone : 03-210-6681
Télécopieur : 03-213-3529

Nichimen Corporation
13-1, Kyobashi 1-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Département des produits maritimes
Téléphone : 03-566-2291
Télex : J 22329 NICHI
Télécopieur : 03-566-2759

Nichiro Fisheries Co., Ltd.
Shin-Yurakucho Building
12-1, Yuraku-cho 1-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. du commerce des aliments frais et congelés N° 1
Téléphone : 03-240-6455
Télécopieur : 03-287-2326

Nippon Suisan Kaisha, Ltd.
Nippon Building
6-2, Ohtemachi 2-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. de commercialisation des produits de la pêche III
Téléphone : +81.3.244.7158
Télécopieur : +81.3.244.7428

Nosui Co., Ltd.
2-1, Tamagawa 3-chome
Fukushima-ku, Osaka
Aux soins de : Départ. des ventes n° 2 des produits maritimes
Téléphone : 06-443-8653
Télex : 252-4326
Télécopieur : 06-443-5896

Nozaki & Co., Ltd.
16-19, Ginza 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. des produits agricoles et maritimes
Téléphone : +81.3.542.9221
Télécopieur : 03-545-2006

Okura & Co., Ltd.
Ohkurabekkan Building
4-1, Ginza 3-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. des aliments et provisions
Téléphone : 03-566-6580
Télex : J 22306
Télécopieur : 03-562-2779

Osaka Uoichiba Co., Ltd.
1-86, Noda 1-chome
Fukushima-ku, Osaka
Aux soins de : Centre d'exploitation de denrées
Téléphone : 06-466-2271
Télex : 524-2811
Télécopieur : 06-461-2283

Pan Asia Trading Co., Ltd.
Daisho Building
7-2, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-5565-3131
Télécopieur : 03-5565-3124

Plateau Co., Ltd.
Hokkaido Gyoren Building
13-5, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-543-8808
Télécopieur : 03-545-9846

Shin Nihon Global Inc.
SK Building
13-19, Shintomi 1-chome
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-555-3600
Télex : J 27607
Télécopieur : 03-555-3601

Sumitomo Corporation
(SC Marine Products Co., Ltd.)
Toyokawa Building
14-6, Ginza 5-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Département des produits maritimes
Téléphone : 03-543-4910
Télex : 222-2251 SUMIT J
Télécopieur : 03-545-3458

Taiyo Fishery Co., Ltd.
1-2, Ohtemachi 1-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. du commerce d'outremer
Téléphone : 03-216-0268
Télécopieur : 03-216-0270

Takeishi & Co., Ltd.
Fujimoto Building
13-6, Nihonbashi Kayaba-cho 3-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. du commerce extérieur.
Téléphone : 03-669-9161
Télex : J 23348 TAKESUN
Télécopieur : 03-669-3540

Tokyo Hamasho Co., Ltd.
Ikeda Building
11-8, Tsukiji 7-chome
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone : 03-5565-1317
Télécopieur : 03-5565-1320

Tohto Suisan Co., Ltd.
Marché central du poisson de Tokyo
2-1, Tsukiji 5-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Nouvelle section commerciale
Téléphone : 03-541-1803
Télex : 2522757 TOHSUI J
Câble : TOTOSUISAN KK TOKYO
Télécopieur : 03-541-5647

Tokyo Commercial Co., Ltd.
Playguide Building
6-4, Ginza 2-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Départ. de commerce N° 2
Téléphone : 03-534-1301
Télex : 0252-2432
Télécopieur : 03-531-6045

Toyota Tsusho Kaisha, Ltd.
3-18, Kudanminami 2-chome
Chuo-ku, Tokyo
Aux soins de : Département des produits alimentaires.
Téléphone : 03-230-8390
Télex : J 22827
Télécopieur : 03-230-8055

Yamaha Motor Co., Ltd.
Shinkai 2500, Iwata City, Préfecture de Shizuoka
Aux soins de : Département des projets d'importation
Téléphone : 05383-7-4411
Télécopieur : 05383-2-2798

8 Adresses utiles au Canada

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ)
Direction générale de l'Asie et du Pacifique Nord
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
Immeuble Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2
Téléphone : (613) 995-1281
Télex : 0533745
Télécopieur : (613) 996-4309

Centres du commerce international

Alberta
Centre du commerce international
Canada Place
Suite 540
9700 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 4C3
Téléphone : (403) 495-2944
Télex : 0372762
Télécopieur : (403) 495-4507

Centre du commerce international
Suite 1100
510 – 5th Street Southwest
Calgary (Alberta)
T2P 3S2
Téléphone : (403) 292-6660
Télécopieur : (403) 292-4578

Colombie-Britannique
Centre du commerce international
P.O. Box 11610
900 – 650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Téléphone : (604) 666-1444
Télex : 0451191
Télécopieur : (604) 666-8330

Île-du-Prince-Édouard
Centre du commerce international
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Téléphone : (902) 566-7400
Télex : 01444129
Télécopieur : (902) 566-7450

Manitoba
Centre du commerce international
9th floor
330 Portage Avenue
P.O. Box 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Téléphone : (204) 983-8036
Télex : 0757624
Télécopieur : (204) 983-2187

Nouveau-Brunswick
Centre du commerce international
Place Assomption
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Téléphone : (506) 857-6452
Télex : 0142200
Télécopieur : (506) 857-6429

Nouvelle-Écosse
Centre du commerce international
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Téléphone : (902) 426-7540
Télex : 01922525
Télécopieur : (902) 426-2624

Ontario
Centre du commerce international
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Téléphone : (416) 973-5053
Télex : 06524378
Télécopieur : (416) 973-8161

Québec
Centre du commerce international
Tour de la Bourse
800, place Victoria
Bureau 3800
C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Téléphone : (514) 283-8185
Télex : 05560768
Télécopieur : (514) 283-3302

Saskatchewan
Centre du commerce international
6th Floor
105 – 21st Street East
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Téléphone : (306) 975-5925
Télex : 0742742
Télécopieur : (306) 975-5334

Terre-Neuve et Labrador
Centre du commerce international
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Téléphone : (709) 772-5511
Télex : 0164749
Télécopieur : (709) 772-2373

Industrie, Sciences et Technologie Canada

Administration centrale
Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISIC)
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
Teléphone : (613) 995-5771

Territoires du Nord-Ouest
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Precambrian Building
P.O. Box 6100
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Téléphone : (403) 920-8578
Télécopieur : (403) 873-6228
AES : (403) 920-2618

Yukon
Industrie, Sciences et Technologie Canada
108 Lambert Street
Suite 301
Whitehorse (Yukon)
Y1A 1Z2
Téléphone : (403) 668-4655
Télex : 0142200
Télécopieur : (403) 668-5003